

Vol 12 No 1 (2020) Ultima Managemen X

ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/issue/view/185

ULTIMA Management
Jurnal Ilmu Manajemen

florentina@umn.ac.id

HOME CURRENT ARCHIVES ABOUT

SEARCH

HOME ARCHIVES / Vol 12 No 1 (2020) Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen

ULTIMA MANAGEMENT
Jurnal Ilmu Manajemen

ULTIMA Management : Jurnal Ilmu Manajemen merupakan Jurnal Ilmu Manajemen yang menyajikan artikel-artikel penelitian ilmiah dalam bidang manajemen serta isu-isu teoritis dan praktis terkini. Kajian mencakup Manajemen Strategik, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan, Kewirausahaan, Investasi, Technopreneurship dan topik-topik lain yang berkaitan dengan manajemen perusahaan. Jurnal Ultima Management diterbitkan oleh Program Studi Manajemen – Universitas Multimedia Nusantara (UMN) secara berkala setiap enam bulanan.

DOI: <https://doi.org/10.31937/manajemen.v12i1>

PUBLISHED: 2020-06-24

Submissions Guideline

Editorial Team

Publication Ethics Policy

Contact Us

Article Template

LANGUAGE

FULL ISSUE

ULTIMA MANAGEMENT JUNI 2020

Editorial Team | Ultima Managemen X

ejournals.umn.ac.id/index.php/manajemen/about/editorialTeam

ULTIMA Management
Jurnal Ilmu Manajemen

florentina@umn.ac.id

HOME CURRENT ARCHIVES ABOUT

SEARCH

HOME Editorial Team

Editors

Friska Natalia, Ph.D, Universitas Multimedia Nusantara
Johnny Natu, Universitas Multimedia Nusantara

Managing Editor

Hira Meldia, Universitas Multimedia Nusantara
Andrey Andoko, Universitas Multimedia Nusantara
Ika Yanuari, Universitas Multimedia Nusantara
Muliawati G. Susanto, Universitas Multimedia Nusantara
PM Winarno, Universitas Multimedia Nusantara
Budi Susanto, Universitas Multimedia Nusantara

Reviewers

Aldrin Herwany, Universitas Padjajaran
Whony Rofianto, Indonesia Banking School
Trihadi Pudiawan Erhan, Universitas Multimedia Nusantara

Submissions Guideline

Editorial Team

Publication Ethics Policy

Contact Us

Article Template

LANGUAGE

Vol 12 No 1 (2020) Ultima Manu: x +

e-journals.umn.ac.id/index.php/manajemen/issue/view/185

ULTIMA MANAGEMENT JUNI 2020

ARTICLES

ANOMALI PASAR MODAL MENUJU STUDI BEHAVIORAL ECONOMICS
 Andreas Kiky 1-15
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)




Indonesia PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP INKLUSI KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN SOCIAL CAPITAL SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR
 Maya Angela Natalia, FLORENTINA KURNIASARI, Ernle Hendrawaty, Vina Medya Oktaviani 16-33
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)

INTENTION TO INVEST IN FINANCIAL PRODUCT OF OLDER PRERETIREES WITH FINANCIAL SELF EFFICACY AS AN INTERVENING VARIABLE
 Liza Handoko, vina christina nugroho, Jacquelinada Sandra Sembel 34-45
[PDF](#)

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI PENJUALAN, SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (STUDI PADA TOKO DAN+DAN DI DUTA HARAPAN)
 Olivia Yoeslin Agriyang Gadi, Donant Alananto Iskandar 46-61

LANGUAGE
 English
 Bahasa Indonesia

INFORMATION
 For Readers
 For Authors
 For Librarians

Accredited by:

This journal is indexed on:



Type here to search

Vol 12 No 1 (2020) Ultima Manu: x +

e-journals.umn.ac.id/index.php/manajemen/issue/view/185








PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI PENJUALAN, SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK (STUDI PADA TOKO DAN+DAN DI DUTA HARAPAN)
 Olivia Yoeslin Agriyang Gadi, Donant Alananto Iskandar 46-61
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)

PENGARUH EXPERIENTIAL SHARING TERHADAP KINERJA BISNIS MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
 Fauzi Sanusi, Gerry Ganika 62-82
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PETANI DALAM MEMILIH PLATFORM CROWDFUNDING (STUDI KASUS PADA PETANI HORTIKULTURA DI DESA SUMBEREJO, MAGELANG)
 PUTU YANI PRATIWI, Ika Yanuarti, Wim Prihanto 83-103
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)

ANALISIS PENGARUH FRAUD PENTAGON DALAM MENDETEKSI FRAUDULENT FINANCIAL REPORTING PADA PERUSAHAAN JASA NONKEUANGAN
 Yuliamos Tirta Wijaya Pasaribu, Synthia Madya Kusumawati, L. Jade Faliyany 104-124
[PDF \(BAHASA INDONESIA\)](#)

MEMPREDIKSI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ONLINE: SUATU STUDI EMPIRIS
 Jessica Suryadajaya, Natasya Metta Gunawan, Sabrina Oktaria Sihombing 125-146

LOCKSS





Plagiarism check by:


Visitors

Type here to search

MEMPREDIKSI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN ONLINE: SUATU STUDI EMPIRIS

Jessica Suryadijaya, Natasya Metta Gunawan, Sabrina Oktaria Sihombing

125-146

PDF (BAHASA INDONESIA)



Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen

e-ISSN 2549-404X print ISSN 2085-4587 is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

Copyright © 2017

Fakultas Bisnis

Universitas Multimedia Nusantara

Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang, Banten-15811 Indonesia

(T)+62-21.5422.0808

(F)+62-21.5422.0800

Platform & workflow by
OJS / PKP

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP INKLUSI KEUANGAN DENGAN MENGGUNAKAN *SOCIAL CAPITAL* SEBAGAI VARIABEL MEDIATOR

Maya Angela Natalia¹

Management Department, Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia
maya041297@gmail.com

Florentina Kurniasari T²

Technology Management Department, Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia
florentina@umn.ac.id

Ernie Hendrawaty³

Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Lampung, Indonesia
ernie.hendrawaty@unila.ac.id

Vina Medya Oktaviani⁴

Technology Management Department, Universitas Multimedia Nusantara, Indonesia
vina.medya@student.umn.ac.id

Diterima 24 Maret 2020

Disetujui 20 April 2020

Abstract-MSMEs plays an important role to support Indonesia's economic growth. There is an urgency to increase the financial literacy and skills for MSMEs, especially in managing their fund to make their businesses alive. The government believed that the financial literacy was one way to achieve the society prosperity by taking advantage from the collectivisim culture of Indonesian. This study is to examine the effect of financial literacy on financial inclusion by using social capital mediation at MSMEs in South Tangerang City. The questionnaires were distributed to some MSME's district in South Tangerang regency. All data collection were furthered analyzed using Structural Equation Model on AMOS 24. The research showed that financial literacy does not affect financial inclusion, financial literacy affects social capital and social capital as a mediator variable on the relationship of financial literacy affects financial inclusion in MSMEs in South Tangerang City. It can be concluded that there is an influence of social capital that connects financial literacy to financial inclusion. All the stakeholders in the financial ecosystem in Indonesia, including financial institutions and the government as regulators, will be better to use the power of social capital to increase financial literacy and financial inclusion in Indonesia.

Keywords: *Financial Literacy, Financial Inclusion, Social Capital, SMEs, South Tangerang City*

1. PENDAHULUAN

Sebagai upaya pemerintah dalam membangun negara Indonesia maka diperlukan tren pertumbuhan ekonomi yang menguat berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat (Bappenas, 2019). Untuk mendapatkan kesejahteraan masyarakat yang semakin baik diperlukan adanya upaya dari pemerintahan untuk meningkatkan hal tersebut. Terdapat beberapa komponen-komponen pendukung untuk mendapatkan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Komponen yang dimaksud berupa pertumbuhan ekonomi, penanggulangan kemiskinan, pemerataan pendapatan dan stabilitas sistem keuangan. Dengan menggunakan instrument untuk kebijakan berupa literasi keuangan dan inklusi keuangan yang dilihat dari berbagai aspek seperti kondisi ekonomi, kondisi demografis, kondisi geografis dan kondisi budaya di Indonesia (Soetiono & Setiawan, 2018).

Akses terhadap layanan produk dan jasa lembaga keuangan merupakan permasalahan yang kompleks sehingga harus menjadi fokus pemerintah untuk terus mengurangi permasalahan ini. Menurut survei dari OJK di tahun 2016 indeks literasi keuangan di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2013 dari 21,8% menjadi 29,7% di tahun 2016. Angka ini berarti pada setiap 100 penduduk di Indonesia hanya sekitar 30 orang penduduk yang masuk ke dalam kategori *well literate* atau memiliki literasi keuangan yang baik. Indeks literasi keuangan di Indonesia khusus di pulau Jawa sudah terliterasi dengan baik. Dengan perolehan untuk DKI Jakarta sebesar 40% sampai Jawa Barat 33%. Di sisi lain indeks literasi keuangan di Indonesia belum mencapai 50% dimana belum tercapai setengah dari penduduk Indonesia yang memiliki pengetahuan yang cukup untuk dapat mengelola keuangannya dengan baik (OJK, 2019).

Sehingga keputusan para pelaku usaha untuk mengakses permodalan dari lembaga keuangan dan mengelola keuangan mereka dengan berbagai pihak terkait tentu saja menggambarkan bagaimana tingkat *financial inclusion* atau inklusi keuangan di definisikan sebagai keadaan di mana semua orang dewasa di usia kerja memiliki akses efektif ke kredit, tabungan, pembayaran, dan asuransi dari penyedia layanan formal. Data inklusi keuangan di Indonesia data menunjukkan tingkat inklusi keuangan di angka 67,8% di tahun 2016 dimana naik sebesar 8,1% dari survei terakhir di tahun 2013 yaitu sebesar 59,7%. Hal ini berarti masyarakat Indonesia telah mengakses lembaga jasa keuangan formal.

Untuk mencapai tingkat inklusi keuangan yang baik seorang individu atau pelaku usaha harus melewati proses pengambilan keputusan untuk menggunakan sumber daya yang mereka miliki. Dengan adanya era globalisasi pengaruh modernisasi membawa perubahan sosial budaya di dalam masyarakat Indonesia dari tradisional menjadi lebih modern dan tercermin melalui pola pengelolaan keuangan masyarakat yang semakin maju serta memanfaatkan produk dan jasa keuangan dari lembaga keuangan formal (Soetiono & Setiawan, 2018). Namun belum seluruh masyarakat Indonesia menerima modernisasi tersebut. Beberapa daerah di Indonesia masih menggunakan lembaga tradisional (non formal) untuk memfasilitasi kebutuhan keuangan masyarakat tersebut karena berdasarkan prinsip kepercayaan dan penghormatan atas adat yang cukup kuat dan membuat masyarakat Indonesia lebih nyaman untuk melakukan kegiatan keuangan melalui lembaga tradisional dibandingkan dengan lembaga keuangan formal (OJK, 2015).

Salah satu kelompok sasaran SNLKI (Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia) tahun 2017 adalah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). UMKM memiliki peran penting dan strategis dalam pembangunan perkenomian di Indonesia dan

berperan untuk menyerap tenaga kerja di Indonesia serta pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Pada proses pengembangannya UMKM dapat difasilitasi oleh pasar keuangan, dan dapat menyebabkan pengurangan kemiskinan yang substansial yang akan mempengaruhi pertumbuhan perekonomian nasional (Kemendag, 2013).

Saat ini tingkat literasi untuk UMKM masih rendah yaitu sebesar 23,8%. Salah satu hambatan UMKM tidak menggunakan instrument pembiayaan adalah mereka tidak menyadari atau kurang mendapatkan informasi untuk produk atau jasa pembiayaan diri mereka yang disediakan oleh lembaga keuangan (OECD, 2015). Sedangkan tingkat inklusi keuangan di dalam pengusaha UMKM adalah sebesar 65,3%. Di dalam survei *Baseline Portfolio Investasi UMKM Rumah Tangga* yang dilakukan oleh OJK pada tahun 2014 juga disebutkan ketika UMKM mengalami kesulitan keuangan di dalam usaha, sebanyak 26,4% UMKM cenderung memilih untuk meminjam kepada keluarga, teman, atasan, tetangga, atau arisan. Dan hanya sebesar 7% yang memilih untuk melakukan pinjaman ke bank. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden cenderung memilih pembiayaan informal sebagai solusi dari kesulitan keuangan mereka.

Tangerang Selatan merupakan salah satu kota di provinsi Banten yang memberikan kontribusi pertumbuhan yang besar terhadap provinsi Banten, yang ditandai dengan angka pertumbuhan penduduk terbesar dengan tingkat upah rata-rata pekerja yang berada di atas kota/kabupaten lainnya serta memiliki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) terbesar yaitu 71,95 (BPS Banten, 2019). Melalui pengelompokan survei UMKM berdasarkan kode KBLI, terlihat bahwa kode KBLI nomor 10 yaitu industri makanan (kuliner) di Kota Tangerang Selatan memiliki jumlah terbanyak sebesar 7.497 unit usaha (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, 2019).

Melihat besarnya potensi perkembangan UMKM sebagai salah satu faktor penggerak perekonomian, diharapkan penelitian ini dapat menggali lebih dalam mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap inklusi keuangan beserta faktor penggeraknya, yaitu *knowledge, skills, attitude* dan *behavior* dengan menggunakan *social capital* sebagai variabel mediasi untuk mengukur pengaruh positifnya terhadap inklusi keuangan para pelaku usaha UMKM dengan kode KBLI di bidang usaha kuliner di wilayah Kota Tangerang Selatan di Provinsi Banten.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Financial Literacy

Di dalam SNLKI (2017), OECD (*The Organisation for Economic Co-Operation and Development*) sebagai organisasi terkemuka di dalam penelitian literasi keuangan, menunjukkan bahwa literasi keuangan didefinisikan sebagai suatu proses, di mana konsumen keuangan atau investor mengembangkan pemahaman mereka mengenai layanan keuangan dan produk, konsep, dan risiko, dimana setiap informasi yang ada bertujuan untuk membantu mengasah keterampilan dan pengambilan keputusan mereka, mengetahui di mana untuk mencari bantuan dan meningkatkan kesejahteraan mereka. Menurut OJK di dalam POJK tahun 2016 literasi Keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rodrigues et al. (2019), INFE atau *International Network on Financial Education* (2011) memandang literasi keuangan sebagai kombinasi dari *awareness, attitude, knowledge, skills*, dan *behavior* yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan akhirnya mencapai

kesejahteraan finansial individu. Sehingga terdapat dimensi dari literasi keuangan yang terdiri dari:

2.1.1 Knowledge

Orang yang melek finansial akan memiliki pengetahuan dasar tentang konsep-konsep utama keuangan (Atkinson & Messy, 2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh Bongomin et al. (2017) terdapat sebuah penelitian oleh Carpena et al. (2011) mengenai dampak literasi keuangan pada dimensi khususnya yaitu pengetahuan atau *knowledge* dimana ditemukan bahwa literasi keuangan meningkatkan tingkat kesadaran individu atas pengambilan keputusan dan sikap mereka secara finansial secara signifikan terhadap keputusan keuangan mereka. Literasi keuangan membuat peningkatan besar yang signifikan secara statistik atas kesadaran individu dalam memilih produk dan layanan keuangan yang tersedia untuk mereka.

2.1.2 Skills

Literasi keuangan adalah *skills* atau keterampilan untuk membuat keputusan yang diinformasikan dengan baik mengenai penerapan dan pengelolaan investasi keuangan dan diversifikasi risiko portofolio. Literasi keuangan juga dapat dianggap sebagai pemahaman konsep ekonomi dan moneter yang mendasar bersama dengan *skills* atau keterampilan untuk menggunakan pemahaman dan informasi, serta untuk menangani sumber daya keuangan secara efektif dan efisien (Lusardi & Mitchell, 2014). Cole et al. (2011) pada penelitian yang dilakukan oleh Bongomin et al. (2017) mengungkapkan bahwa terdapat program literasi keuangan di Indonesia yang dirancang untuk memberikan pengajaran kepada masyarakat yang tidak memiliki rekening bank di dalam rumah tangga mereka tentang pentingnya rekening tabungan dengan demikian terlihat sedikit peningkatan dalam pembukaan rekening tabungan di antara mereka yang rendah tingkat literasi keuangannya. Dimana juga membantu mereka mengembangkan keterampilan atau *skills* untuk membandingkan dan memilih produk terbaik sesuai dengan kebutuhan mereka, dan juga memberdayakan mereka untuk menggunakan hak dan tanggung jawab mereka sesuai dengan perlindungan konsumen.

2.1.3 Attitude

Attitude dianggap sebagai elemen penting dari literasi keuangan. Jika orang memiliki sikap yang tidak suka menabung untuk masa depan mereka, maka, dapat dikatakan bahwa mereka tidak memiliki perilaku seperti itu. Demikian pula jika mereka lebih memprioritaskan keinginan jangka pendek, maka mereka tidak mungkin menyediakan tabungan darurat atau membuat rencana keuangan jangka panjang (Atkinson & Messy, 2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh Garg dan Singh (2018), Ajzen (1991) menyatakan *financial attitude* sebagai pra-disposisi untuk berperilaku dengan cara tertentu yang dibentuk oleh beberapa keyakinan individu secara ekonomi dan non-ekonomi pada bentuk tingkah laku tertentu.

2.1.4 Behavior

Cara seseorang berperilaku akan memiliki dampak signifikan pada kesejahteraan finansial mereka (Atkinson & Messy, 2012). Pada penelitian yang dilakukan oleh Garg dan Singh (2018), OECD (2013) mengatakan cara seseorang berperilaku akan secara signifikan mempengaruhi kesejahteraan keuangannya. Oleh karena itu, penting untuk menangkap bukti dimensi *behavior* dalam literasi keuangan. Pada jurnal Bongomin et al. (2017), Holzmam (2010) mengungkapkan, perilaku *financial* atau *financial behavior* yang efektif di antara rumah tangga miskin di negara-negara berkembang ditunjukkan dengan kemampuan mereka dalam menyusun anggaran, perencanaan, dan menabung untuk hari tua serta mempromosikan penggunaan layanan keuangan.

2.2 Social capital

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lu & Peng (2019), Putnam et al. (1993) mengatakan *Social capital* dapat di definisikan sebagai “fitur dari organisasi sosial, seperti kepercayaan, norma dan relasi, dimana dapat meningkatkan efisiensi dari sebuah lingkungan sosial dengan memfasilitasi koordinasi di antara setiap perilaku dari orang-orang di dalam lingkungan sosial tersebut. *Social capital* banyak digunakan dalam penelitian yang berkaitan dengan hubungan di dalam masyarakat. *Social capital* dilakukan untuk mengumpulkan sumber daya yang dikumpulkan dan dibuatkan dalam hubungan sehari-hari dan interaksi dengan antar individu dan keluarga (Aldrich & Meyer, 2014).

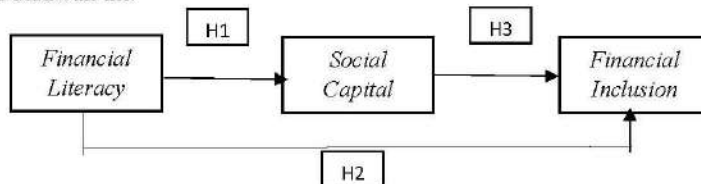
2.3 Inklusi Keuangan

Inklusi keuangan adalah ketersediaan akses pada berbagai lembaga, produk dan layanan jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat (OJK, POJK, 2016). Inklusi keuangan dikenal sebagai proses yang menandai peningkatan kuantitas, kualitas, dan efisiensi lembaga keuangan, yang dimana dapat membantu meningkatkan kehidupan, menumbuhkan peluang dan memperkuat perekonomian di suatu negara, serta peningkatan investasi produktif dalam bisnis lokal (Babajide, Adegboye, & Omankhanlen, 2015). Inklusi keuangan menggambarkan bagaimana anggota dewasa masyarakat diberikan akses ke berbagai layanan keuangan yang tepat, yang dirancang berdasarkan kebutuhan mereka dan disediakan dengan biaya yang terjangkau (Le, Chuc, & Hesary, 2019).

Pada SNKLI (Strategi Nasional Keuangan Literasi Indonesia) tahun 2017 oleh OJK, *Center for Financial inclusion* (2016) menjelaskan, inklusi keuangan sebagai akses terhadap produk keuangan yang sesuai untuk seorang individu masyarakat yang di dalamnya termasuk kredit, tabungan, asuransi, dan pembayaran, dengan tersedianya akses yang berkualitas seperti kenyamanan, keterjangkauan, kesesuaian serta dengan memperhatikan perlindungan konsumen, dan ketersediaan yang disediakan kepada semua orang (konsumen).

Di dalam SNKLI (2017) juga dijelaskan bahwa terdapat empat unsur dasar di dalam inklusi keuangan, yaitu : akses (berupa infrastruktur yang disediakan oleh lembaga keuangan agar masyarakat dapat menjangkau dan menggunakan produk serta layanan jasa keuangan dengan baik); ketersediaan produk dan layanan jasa keuangan; penggunaan produk dan layanan jasa keuangan serta kualitas produk atau jasa yang disediakan oleh lembaga keuangan memberikan nilai manfaat yang sebesar-besarnya untuk masyarakat.

Dari penjelasan diatas, maka dibangunlah sebuah rerangka konseptual penelitian seperti dibawah ini:



Sumber : Hasil Analisis Peneliti (2019)

Gambar 1. Rerangka Konseptual Penelitian

2.4.1 Pengaruh *Financial literacy* Terhadap *Social capital*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Chung & Park (2014) ditemukan bahwa terdapat pengaruh dalam jaringan sosial yang memiliki kekuatan pada pendidikan keuangan dengan literasi keuangan yang mereka miliki. Dikutip dari OECD (2013), pada penelitian yang dilakukan oleh Ali, Anderson, McRae, & Ramsay (2016) dikatakan bahwa literasi keuangan individu akan mempengaruhi orang-orang disekitarnya baik kenalan, teman dekat maupun keluarga (*social capital*). Pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh individu tersebut akan dapat meningkatkan pula pemahaman mengenai uang, masalah keuangan, hak-hak konsumen, dan kesadaran mereka akan resiko-resiko yang muncul tentang dunia keuangan serta akan mempengaruhi tingkat pengambilan keputusan oleh orang-orang di dalam kelompoknya. Anggota kelompok akan lebih mempercayai informasi-informasi yang diberikan oleh orang terdekat mereka yang berada di dalam lingkungan kelompok yang sama. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H1: *Financial literacy* memiliki pengaruh terhadap *social capital*

2.4.2 Pengaruh *Financial literacy* Terhadap *Financial inclusion*

Di dalam penelitiannya Mindra & Moya (2017) mengemukakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh yang positif terhadap *financial inclusion* dengan hasil model yang menunjukkan bahwa perubahan positif dalam tingkat keterampilan, pengetahuan dan pemahaman serta konsep-konsep keuangan dasar mengenai keuangan layanan dan dikaitkan dengan peningkatan inklusi keuangan dalam hal akses, penggunaan, dan kualitas di antara individu. Di dalam penelitian Grohmann A., Kluhs T. dan Menkhoff L. (2017) menunjukkan hasil bahwa peningkatan literasi keuangan dalam suatu populasi akan meningkatkan kepemilikan akun, dan akan memberikan pengaruh terbesar di negara-negara dengan tingkat pemahaman finansial yang rendah. Semakin banyak informasi keuangan yang mereka dapatkan, akan semakin tinggi pula pengetahuan keuangan yang mereka miliki, yang akan dijadikan dasar bagi mereka untuk mengambil keputusan. Dari penjelasan tersebut, maka dibentuklah hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Financial literacy* memiliki pengaruh terhadap *financial inclusion*

2.4.3 *Social Capital* Sebagai Mediator Variabel Dari Hubungan *Financial Literacy* Terhadap *Financial Inclusion*

Dalam literasi keuangan, dimensi dari *social capital* tidak boleh diabaikan (Balatti, 2007). Bank Dunia (2010) pada penelitian yang dilakukan oleh Bongomin et al. (2018) juga menegaskan bahwa *social capital* dapat meningkatkan fungsi pasar pada tingkat ekonomi. Bongomin et al., (2017) menemukan pengaruh mediasi *social capital* terhadap hubungan dari *financial literacy* terhadap *financial inclusion* pada masyarakat di daerah Uganda. Serta adanya pengaruh yang signifikan dari *network* atau lingkungan sekitar terhadap hubungan dari *financial literacy* terhadap *financial inclusion*. Tingkat literasi keuangan individu serta pengaruh lingkungan kelompoknya, akan meningkatkan inklusi keuangan seseorang yang akan semakin meningkatkan interaksi mereka dengan lembaga keuangan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dibuatlah sebuah hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Social capital* sebagai mediator variabel dari hubungan *financial literacy* terhadap *financial inclusion*

3. METODOLOGI DAN ANALISA DATA

3.1. Metodologi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM berkode kuliner di Kota Tangerang Selatan dengan jumlah 7.497 unit. Responden yang dipilih berdasarkan teknik stratified random sampling dari jumlah UMKM kuliner yang berada di tiap kecamatan dan sudah pernah berhubungan dengan lembaga keuangan. Jumlah sampel yang diambil adalah 150 dengan memperhitungkan adanya 30 indikator yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang dilakukan adalah dengan mendatangi langsung responden dan mendampingi responden saat mereka menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian yang terdapat di dalam kuesioner. Hasil data tersebut selanjutnya akan dianalisa dengan menggunakan Structural Equation Method (SEM).

3.2. Analisa Data

Hasil analisa deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memiliki unit usaha lebih dari 5 tahun (48%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM tersebut dapat bertahan cukup lama dalam menjalankan usahanya. 46% dari profil responden adalah pemilik yang sekaligus terlibat dalam kegiatan operasional bisnisnya. Sedangkan sisanya adalah supervisor dan penjaga toko yang sengaja direkrut oleh pemilik untuk membantu usahanya. Para pemilik usaha ini memiliki pemahaman yang cukup mengenai lembaga keuangan serta sudah pernah melakukan penyimpanan dan peminjaman melalui lembaga keuangan secara manual maupun digital. Sedangkan berdasarkan lokasi domisili menunjukkan bahwa sebagian besar usaha UMKM kuliner di kota Tangerang Selatan berada di kecamatan Serpong dan Serpong Utara, yang memang menjadi pusat berdirinya banyak pabrik-pabrik industri.

Analisa hasil penelitian ini menggunakan metode SEM (Structural Equation Model) dengan software Amos versi 24.0 untuk melakukan uji validitas, realibilitas, hingga uji hipotesis penelitian. Hasil uji validitas terhadap keseluruhan variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Tabel Uji Validitas Main Test

No	Variabel	Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Keterangan
1	Financial literacy	KL1	0,902	Valid
		KL2	0,703	Valid
		KL3	0,866	Valid
		SK1	0,886	Valid
		SK2	0,861	Valid
		SK3	0,842	Valid
		SK4	0,886	Valid
		AT1	0,840	Valid
		AT2	0,851	Valid
		AT3	0,914	Valid
		AT4	0,873	Valid
		BH1	0,864	Valid
		BH2	0,851	Valid
		BH3	0,822	Valid
		BH4	0,843	Valid
2	Social capital	SC1	0,736	Valid

No	Variabel	Indikator	Standardized Loading Factors (SLF) $\geq 0,50$	Keterangan
		SC2	0,714	Valid
		SC3	0,827	Valid
		SC4	0,685	Valid
		SC5	0,713	Valid
3	<i>Financial inclusion</i>	IK1	0,786	Valid
		IK2	0,713	Valid
		IK3	0,774	Valid
		IK4	0,794	Valid
		IK5	0,789	Valid
		IK6	0,769	Valid
		IK7	0,804	Valid
		IK8	0,751	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Hasil uji validitas untuk keseluruhan pengukuran dari variabel telah menunjukkan angka yang valid, dimana semua variabel memiliki angka standardized loading factor (SLF) di atas 0,50. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pengukuran penelitian ini valid dan dapat mengukur sebuah variabel. Dari tabel validitas di atas dapat dilihat untuk variabel *financial literacy* pada dimensi *knowledge* dengan indikator KL2, variabel *social capital* pada indikator SC4, dan variabel *financial inclusion* pada indikator IK2 memiliki nilai validitas terendah di antara indikator lainnya.

Sedangkan hasil uji reliabilitas untuk pengujian semua variabel di dalam penelitian ini dapat ditunjukkan pada tabel 2 di bawah ini :

Tabel 2. Tabel Uji Reliabilitas

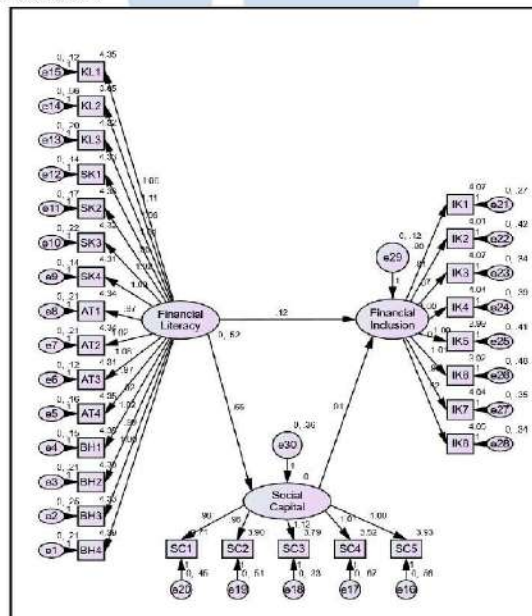
No	Variabel	Indikator	AVE $\geq 0,50$	CR $\geq 0,70$	Keterangan
1	<i>Financial literacy</i>	KL1	0,686	0,866	Reliabel
		KL2			
		KL3			
		SK1	0,755	0,925	Reliabel
		SK2			
		SK3			
		SK4	0,757	0,926	Reliabel
		AT1			
		AT2			
		AT3			
		AT4	0,714	0,909	Reliabel
		BH1			
		BH2			
		BH3			
		BH4			
2	<i>Social capital</i>	SC1	0,543	0,855	Reliabel
		SC2			
		SC3			

No	Variabel	Indikator	AVE $\geq 0,50$	CR $\geq 0,70$	Keterangan
3	Financial inclusion	SC4	0,597	0,922	Reliabel
		SC5			
		IK1			
		IK2			
		IK3			
		IK4			
		IK5			
		IK6			
		IK7			
		IK8			

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa untuk uji reliabilitas dengan syarat $AVE \geq 0,50$ dan nilai $CR \geq 0,70$, semua variabel di dalam penelitian ini sudah reliabel dengan memenuhi syarat yang ada. Dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini cukup handal untuk pengukuran dan dapat dijadikan variabel kembali untuk penelitian yang lebih lanjut.

Sedangkan uji kecocokan model pada model struktural dilakukan dengan menggunakan *goodness of fit*. Analisis perhitungan dengan menggunakan gambar model struktural sebagai berikut :



Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Gambar 2. Model Struktural

Dari gambar 2 tersebut, terlihatlah hasil uji dari model struktural untuk penelitian ini seperti yang dapat terlihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3 Hasil Measurement (Pengukuran) Struktural

No	Variabel	Indikator	Direct Effect	Keterangan
1	<i>Financial literacy</i>	KL1	0,998	Berpengaruh positif
		KL2	1,106	Berpengaruh positif
		KL3	1,064	Berpengaruh positif
		SK1	1,006	Berpengaruh positif
		SK2	0,978	Berpengaruh positif
		SK3	1,017	Berpengaruh positif
		SK4	1,000	Berpengaruh positif
		AT1	0,973	Berpengaruh positif
		AT2	1,023	Berpengaruh positif
		AT3	1,083	Berpengaruh positif
		AT4	0,974	Berpengaruh positif
		BH1	0,921	Berpengaruh positif
		BH2	1,020	Berpengaruh positif
		BH3	0,987	Berpengaruh positif
		BH4	1,000	Berpengaruh positif
2	<i>Social capital</i>	SC1	0,958	Berpengaruh positif
		SC2	0,956	Berpengaruh positif
		SC3	1,122	Berpengaruh positif
		SC4	1,013	Berpengaruh positif
		SC5	1,000	Berpengaruh positif
3	<i>Financial inclusion</i>	IK1	0,816	Berpengaruh positif
		IK2	0,974	Berpengaruh positif
		IK3	1,014	Berpengaruh positif
		IK4	0,997	Berpengaruh positif
		IK5	1,000	Berpengaruh positif
		IK6	0,873	Berpengaruh positif
		IK7	0,807	Berpengaruh positif
		IK8	0,799	Berpengaruh positif

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Tabel 3 tersebut merupakan tabel pengukuran dari setiap indikator penelitian yang digunakan untuk mengukur dan merefleksikan variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini. Dari variabel *financial literacy* didapatkan indikator terkecil adalah indikator BH1 dengan nilai 0,921 dan nilai indikator terbesar pada indikator KL2 dengan nilai 1,106. Pada variabel *social capital* indikator dengan nilai terkecil diperoleh pada indikator SC2 dengan nilai 0,956 dan indikator terbesar berada pada indikator SC3 dengan nilai 1,122. Variabel *financial inclusion* memiliki indikator dengan nilai terendah yaitu indikator IK8 dengan angka 0,799 dan indikator dengan nilai tertinggi pada IK3

dengan angka 1,014. Sedangkan hasil analisis terhadap kecocokan model structural dapat dilihat di tabel 4.

Tabel 4 Hasil Analisis Kecocokan Seluruh Model Struktural

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Kecocokan yang Bisa Diterima	Hasil Estimasi	Kriteria Uji
<i>Absolute Fit Measure</i>			
<i>Statistic Chi-Square</i> (χ^2)	Nilai yang kecil	632,367	<i>Good Fit</i>
<i>Root Mean Square Error of Approximation</i> (RMSEA)	$RMSEA \leq 0.08$	0,074	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq RMSEA \leq 0.10$		
	$RMSEA \geq 0.10$		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Hasil Estimasi	Kriteria Uji
<i>Incremental Fit Measure</i>			
<i>Tucker-Lewis Index</i> atau <i>Non-Normed Fit Index</i> (TLI atau NNFI)	$NNFI \geq 0.90$	0,921	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq NNFI \leq 0.90$		
	$NNFI \leq 0.80$		
	$NFI \leq 0.80$		
<i>Incremental Fit Index</i> (IFI)	$IFI \geq 0.90$	0,928	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq IFI \leq 0.90$		
	$IFI \leq 0.80$		
<i>Comperative Fit Index</i> (CFI)	$CFI \geq 0.90$	0,927	<i>Good Fit</i>
	$0.80 \leq CFI \leq 0.90$		
	$CFI \leq 0.80$		

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

Ukuran <i>Goodness of Fit</i> (GOF)	Tingkat Kecocokan yang Bisa Diterima	Hasil Estimasi	Kriteria Uji
<i>Parsimonius Fit Measure</i>			
<i>Normed Chi-Square</i> (χ^2)	$CMIN/DF < 2$	1,817	<i>Good Fit</i>
<i>Parsimonius Goodness Fit Index</i> (PGFI)	$PGFI \geq 0.50$	0,659	<i>Good Fit</i>

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan dari hasil uji model struktural di atas, didapatkan *model fit* yang sudah baik karena nilai dari CMIN, PGFI, IFI, CFI, TLI, RMSEA dan Chi Square yang masuk ke dalam kategori *good fit*. Sehingga dari hasil ini model penelitian yang digunakan terkategori baik.

4. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Tujuan dari pengujian ini untuk menganalisa pengaruh dari *financial literacy* terhadap *financial inclusion*, *financial literacy* terhadap *social capital*, *social capital* terhadap *financial inclusion*, dan *financial literacy* terhadap *financial inclusion* dengan menggunakan mediasi *social capital*. Hasil dari pengujian hipotesis diuraikan di dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Std. Coef.	<i>p-value</i>	Kesimpulan
H1	<i>Financial literacy</i> berpengaruh terhadap <i>financial inclusion</i> pada UMKM di Kota Tangerang Selatan	0,103	0,137	Hipotesis 1 ditolak
H2	<i>Financial literacy</i> berpengaruh terhadap <i>social capital</i> pada UMKM di Kota Tangerang Selatan	0,617	0,000	Hipotesis 2 diterima
H3	<i>Social capital</i> sebagai mediator variabel dari hubungan <i>financial literacy</i> terhadap <i>financial inclusion</i> dari UMKM di Kota Tangerang Selatan	0,622	0,000	Hipotesis 3 diterima

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2019)

4.1. Interpretasi Hasil

Hasil Uji Pengaruh *Financial literacy* terhadap *Financial inclusion*

Hasil uji hipotesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Financial literacy* tidak berpengaruh positif terhadap *Financial inclusion*. Hal ini berlawanan dengan penemuan yang ditunjukkan oleh Grohmann A., Kluhs T. dan Menkhoff L. (2017) yang menunjukkan hasil bahwa peningkatan literasi keuangan dalam suatu populasi akan meningkatkan kepemilikan akun, dan akan memberikan pengaruh terbesar di negara-negara dengan tingkat pemahaman finansial yang rendah. Hal ini dikarenakan walaupun pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan memiliki pengetahuan tetapi mereka lebih percaya terhadap informasi dari orang-orang disekitarnya.

Hasil Uji Pengaruh *Financial literacy* terhadap *Social capital*

Hasil uji hipotesis dari penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif terhadap *social capital*. Hal ini karena frekuensi jawaban yang menunjukkan sikap yang baik dan positif dari literasi keuangan dan mempengaruhi

lingkungan sosialnya. Kelompok yg punya karakteristik atau behavior yg sama Didukung oleh temuan dari Cohen dan Nelson (2011) dengan hasil penelitian yang menunjukkan rumah tangga miskin yang berada di dalam suatu jaringan (*networks*) tertentu dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan keuangannya, serta dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih bijak. Dijelaskan juga dalam jurnal Ali, Anderson, McRae, & Ramsay (2016) bahwa literasi keuangan individu dipengaruhi oleh tingkat *social capital* yaitu mengenai pengetahuan yang dapat diserap dan dimiliki oleh kaum muda mengenai uang, masalah keuangan, hak-hak konsumen mereka, dan kesadaran mereka akan bahaya tentang dunia keuangan.

Hasil Uji *Social capital* sebagai mediator variabel di dalam hubungan *Financial Literacy* terhadap *Financial inclusion*

Hubungan mediasi *social capital* pada hubungan *financial literacy* terhadap *financial inclusion* dengan tingkat signifikan 0,000 yang diuji oleh peneliti melalui *Sobel Test* dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji *Sobel Test*

No	Nilai <i>Estimated</i>	<i>Standard Error</i>
1	0,648	0,095
2	0,908	0,121
<i>Sobel Test Statistic</i>		5,0475
<i>Two-Tailed Probability</i>		0,000

Sumber : Pengolahan Data Primer (2019)

Dari hasil uji *sobel test* tersebut terlihat bahwa terdapat mediasi secara signifikan untuk *social capital* di dalam hubungan *financial literacy* terhadap *financial inclusion*. Didukung oleh penelitian dari Bongomin et al., (2017) yang menemukan pengaruh mediasi *social capital* terhadap hubungan dari *financial literacy* terhadap *financial inclusion* pada masyarakat di daerah Uganda.

Upaya Peningkatan *Financial literacy* terhadap *Financial inclusion*

Berdasarkan hasil pengolahan data yang menunjukkan variabel *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap variabel *financial inclusion* dapat disimpulkan bahwa *financial literacy* atau literasi keuangan dari UMKM di Kota Tangerang Selatan belum maksimal sehingga tidak mempengaruhi *financial inclusion* atau inklusi keuangan pada penelitian ini. Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa terdapat kurangnya upaya yang dilakukan oleh lembaga keuangan dalam peningkatan edukasi untuk produk dan layanan keuangan yang lebih menyeluruh dan praktikal. Tujuan dari upaya peningkatan edukasi ini untuk membantu pelaku UMKM dalam mengaplikasikan secara langsung dasar pengetahuan atas produk dan jasa dalam kehidupan sehari-hari mereka serta memberikan mereka dasar pengetahuan perbandingan produk dan layanan keuangan dari berbagai jenis produk dan layanan yang ditawarkan. Disisi lain pemerintah juga perlu meningkatkan standar edukasi keuangan dari semenjak sekolah dasar sampai dengan pendidikan tertinggi. Pemerintah juga dapat memberikan materi-materi kepada masyarakat yang tidak berpendidikan atau kurang berpendidikan melalui media-media *offline* dan *online*. Dengan adanya sosialisasi dalam bentuk *champaign* yang diberikan oleh pemerintah akan membantu masyarakat untuk lebih memahami dan menambah

pengetahuan mengenai resiko dan keuntungan dari produk dan jasa yang diberikan oleh lembaga keuangan.

Upaya Peningkatan *Financial literacy* di dalam *Social capital*

Terdapat cara yang dapat dilakukan oleh lembaga keuangan dengan lebih meningkatkan sosialisasi untuk pengetahuan dasar dari produk yang mereka tawarkan lebih baik. Seperti contoh untuk lembaga keuangan yang baru masuk di dunia keuangan yang memberikan akses lebih mudah untuk UMKM yaitu *peer to peer lending* dan *crowdfunding*. Edukasi lebih lanjut untuk produk dan nilai yang dapat mereka tawarkan kepada pemilik usaha dari UMKM, serta keuntungan yang mereka dapatkan dari meminjam uang dan mengembangkan usaha mereka dengan uang pinjaman. Dan yang terpenting bagaimana menghitung tingkat bunga kredit yang diberikan sehingga mereka dapat mengetahui lebih dalam simulasi kredit dan seberapa besar keuntungan dan beban yang mereka dapatkan dari peminjaman uang akan mereka ambil. Bagi pemerintahan Kota Tangerang Selatan dapat lebih memberikan layanan edukasi untuk UMKM. Layanan yang dimaksud seperti seminar pendidikan literasi keuangan, layanan *customer service* untuk konsultasi mengenai pengetahuan seputar lembaga keuangan dan pengetahuan-pengetahuan dasar keuangan lainnya. Serta memberikan bantuan akses dan fasilitas kepada lembaga keuangan untuk lebih mudah masuk ke dalam lingkungan atau komunitas UMKM.

Upaya Peningkatan *Social capital* di dalam hubungan *Financial Literacy* terhadap *Financial inclusion*

Terdapat upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh beberapa pihak terkait untuk menumbuhkan faktor ini seperti pemerintah harus menumbuhkan aspek *trust* atau percaya kepada masyarakat untuk lebih ketat dalam memperhatikan tindak kriminalitas atau tidak diberikan kembali hak dari seorang individu atas uang yang sudah dipinjam. Karena dengan peraturan dan pengawasan yang ketat akan membuat resiko peminjaman uang yang diberikan antar individu akan lebih berkurang dan menjamin pihak yang meminjamkan uang untuk uangnya dapat dikembalikan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pemerintah juga harus lebih memberdayakan koperasi dan asosiasi untuk bekerjasama dan menumbuhkan *financial inclusion* di dalam lingkungan sosial masing-masing daerah. Dengan memberikan sosialisasi dan materi melalui koperasi dan asosiasi dan terus mengembangkan fungsi dari kedua organisasi ini agar dapat membantu dalam mengembangkan masyarakat yang lebih inklusif terhadap keuangan. Lembaga keuangan dapat menjadikan suatu komunitas atau lingkungan di sekitar UMKM dengan diberikan lebih banyak edukasi dan peningkatan fasilitas untuk pemenuhan kebutuhan produk dan layanan keuangan dari lingkungan di sekitar target pasar. Menjadikan *influencer* dari suatu komunitas untuk ikut memberikan pengetahuan mengenai produk dan layanan keuangan yang sesuai dengan target pasar yang dituju. Serta terus menjalin kerjasama dengan lembaga keuangan lainnya di dalam ekosistem keuangan untuk menciptakan nilai-nilai baru seperti yang sudah dilakukan yaitu *joint financing* oleh bank dan lembaga keuangan digital.

5. KESIMPULAN

Dari hasil pengambilan data yang diolah dan dianalisa, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan beberapa temuan yaitu *financial literacy* tidak berpengaruh dengan *financial inclusion* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai standar koefisien yang positif tetapi nilai *p-value* yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,137. Dapat disimpulkan bahwa *knowledge*, *skill*, *behavior*, dan *attitude* tidak memberikan pengaruh terhadap *financial inclusion*. Dengan demikian literasi keuangan tidak memberikan pengaruh pada inklusi keuangan dari UMKM di Kota Tangerang Selatan. *Financial literacy* berpengaruh terhadap *social capital* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan. Dengan nilai standar koefisien sebesar 0,617 dan *p-value* sebesar 0,000. Dengan demikian literasi keuangan yang dimiliki oleh UMKM di Kota Tangerang Selatan akan dibagikan kepada lingkungan sosialnya. *Social capital* sebagai mediator variabel dari hubungan *financial literacy* terhadap *financial inclusion* dari UMKM di Kota Tangerang Selatan. Dengan nilai standar koefisien sebesar 0,622 dan *p-value* 0,000. Dengan demikian *social capital* dapat membantu *financial literacy* dalam menciptakan inklusi keuangan yang lebih baik pada lingkungan UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Peneliti menyarankan agar lembaga keuangan lebih aktif dalam memberikan edukasi untuk produk dan jasa yang ditawarkan dan menyesuaikan *needs* dari UMKM dari waktu ke waktu sehingga dapat mendorong mereka untuk lebih berkembang. Seperti perubahan pola hidup masyarakat yang lebih modern dengan mendigitalisasikan semua produk yang mereka miliki dan perubahan sistem peminjaman modal usaha yang lebih mudah dan efisien. Lembaga keuangan juga harus lebih menjangkau daerah-daerah yang terpencil atau tidak terlalu terjangkau oleh layanan keuangan. Karena masih ada beberapa tempat yang didapatkan kurang terjangkau oleh produk dan layanan yang ditawarkan lembaga keuangan terhadap pelaku UMKM. Keterbatasan media yang dimiliki oleh pelaku UMKM dalam mengakses produk dan jasa keuangan perlu untuk lebih dipertimbangkan seperti kurangnya sarana infrastruktur *online* untuk produk-produk *online*, kurangnya tingkat kapasitas dari pelaku UMKM untuk menjangkau produk atau layanan, dan kurangnya syarat-syarat untuk memenuhi persyaratan untuk akses pinjaman serta beberapa faktor lain yang ikut menjadi keterbatasan dari pelaku UMKM untuk mengakses produk dan layanan keuangan. Meningkatkan upaya *joint financing* yang dilakukan oleh lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan lainnya seperti *fintech*. Strategi *joint financing* diatur di dalam peraturan OJK Nomor 35/POJK.05/2018, Tentang Penyelenggaraan Usaha Perusahaan Pembiayaan. Terus membangun ekosistem digital bersamaan dengan lembaga keuangan untuk pelaku UMKM agar dapat terus mengembangkan sayapnya melalui program edukasi pengembangan usaha yang bertujuan untuk memberikan produk dan layanan keuangan yang akan mendukung permodalan mereka dalam pengembangan usaha.

Peneliti menyarankan kepada pemerintah Kota Tangerang Selatan untuk lebih melibatkan *fintech* dalam meningkatkan inklusi keuangan pada UMKM Kota Tangerang Selatan. Dengan memberikan fasilitas yang mempermudah *fintech* dalam menggapai UMKM di Kota Tangerang Selatan seperti penyaluran jalur informasi, menyediakan forum yang mempertemukan pihak *fintech* dengan UMKM dan menyalurkan UMKM yang membutuhkan bantuan keuangan kepada *fintech*. Serta memberikan layanan konsultasi untuk menabung dan mendorong pinjaman modal usaha. Sehingga hasil dari tabungan dan pinjaman mereka dapat mereka gunakan sebagai modal ekspansi usaha mereka.

6. IMPLIKASI /KETERBATASAN DAN SARAN UNTUK PENELITIAN SELANJUTNYA

Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya untuk menambah demografi dan variabel dalam penelitian selanjutnya. Demografi yang dapat ditambahkan pada penelitian adalah umur dan pendidikan terakhir. Peneliti menyarankan untuk mengimplikasikan penelitian selanjutnya lebih fokus kepada *fintech*, sehubungan dengan perkembangan teknologi digital dalam dunia keuangan di Indonesia dan munculnya *startup fintech* seperti *peer to peer lending* dan *crowdfunding* yang menargetkan UMKM sebagai konsumen utama mereka. Berdasarkan dengan nilai R^2 sebesar 82,5% yang menandakan terdapat sebesar 17,5% faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan terhadap inklusi keuangan. Sehingga peneliti menyarankan untuk menambah variabel *financial education* pada penelitian selanjutnya yang didukung oleh jurnal Cordero, Gil-Izquierdo, & Pedraja-Chaparro (2019) yang menjelaskan bagaimana edukasi keuangan akan mempengaruhi literasi keuangan seorang individu. Karena faktor edukasi secara formal dan nonformal akan menciptakan individu dengan literasi yang tinggi sehingga dapat mengelola keuangan mereka lebih baik.

ACKNOWLEDGEMENT

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak Dian Faqihdien Suzabar, S.T., M.Bus. (IT) sebagai Head Corporate Action Bank Mandiri Syariah yang telah memberikan masukan terhadap penelitian dan artikel ini.

REFERENSI

- Aldrich, D. P., & Meyer, M. A. (2014). Social Capital and Community Resilience. *American Behavioral Scientist*, 254-269.
- Atkinson, A., & Messy, F.-A. (2012). Measuring Financial Literacy : Results of the OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*.
- Babajide, A. A., Adegboye, F. B., & Omankhanlen, A. E. (2015). Financial Inclusion and Economic Growth in Nigeria. *International Journal of Economics and Financial Issues*.
- Badan Perencana Pembangunan Nasional. (2019, Agustus 16). *Lampiran Pidato Kenegaraan Presiden Republik Indonesia*. Retrieved September 13, 2019, from [bappenas.go.id: https://www.bappenas.go.id/files/lampid/lampid-2019/Lampid_2019.pdf](https://www.bappenas.go.id/files/lampid/lampid-2019/Lampid_2019.pdf)
- Balatti, J. (2007). Financial literacy and social networks - what's the connection? *ALA National Conference*. Cairns: James Cook University.
- Bank Indonesia. (2019). *Keuangan Inklusif di Indonesia*. Retrieved November 20, 2019, from [bi.go.id: https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusi/Indonesia/Contents/Default.aspx](https://www.bi.go.id/id/perbankan/keuanganinklusi/Indonesia/Contents/Default.aspx)
- Blesia, J. U. (2017). Culture and Accounting Practices in Indonesia. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*.
- Bongomin, G. O., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2017). Financial intermediation and financial inclusion of poor households : Mediating role of social network in rural Uganda. *Cogent Economics & Finance*.

- Bongomin, G. O., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2017). Financial literacy in emerging economies. *Managerial Finance*, 1310-1331.
- Bongomin, G. O., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Malinga, C. A. (2018). Institutions and Financial Inclusion in Rural Uganda : the Mediating Role of Social Capital. *Journal of African Business*, 244-261.
- Bongomin, G. O., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Nabeta, I. N. (2015). Social Capital : Mediator of Financial Literacy and Financial Inclusion in Rural Uganda. *Review of International Business and Strategy*.
- Bongomin, G. O., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Nabeta, I. N. (2016). Financial Inclusion in Rural Uganda : Testing Interaction Effect of Financial Literacy and Networks. *Journal of African Business*, 106-128.
- BPS. (2019, November 06). *Industri Mikro dan Kecil*. Retrieved November 07, 2019, from bps.go.id: <https://bps.go.id/subject/170/industri-mikro-dan-kecil.html#subjekViewTab3>
- BPS. (2019). *Produk Domestik Bruto (Lapangan Usaha)*. Retrieved September 3, 2019, from bps.go.id: <https://www.bps.go.id/subject/11/produk-domestik-bruto--lapangan-usaha-.html>
- BPS Banten. (2019). *Provinsi Banten Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten.
- Chung, Y. H., & Park, Y. K. (2014). The Effects of Financial Education and Networks on Business Students Financial Literacy. *American Journal of Business Education*.
- Cordero, J. M., Gil-Izquierdo, M., & Chaparro, F. P. (2019). Financial Education and Student Financial Literacy : A Cross-Country Analysis Using PISA 2012 Data. *The Social Science Journal*.
- Garg, N., & Singh, S. (2018). Financial Literacy Among Youth. *International Journal of Social Economics*, 176-186.
- Ghahtarani, A., Majid, S., & Mahdieh, R. (2019). The impact of social capital land social interaction on customers' purchase intention, considering knowledge sharing in social commerce context. *Journal of Innovation & Knowledge*.
- Ghozali, H. I., & Ratmono, D. (2013). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan EViews 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Grohmann, A., Kluhs, T., & Menkhoff, L. (2017). Does financial literacy improve financial inclusion? *German Institute for Economic Research*.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis*. Edinburgh: Pearson Education Limited.
- Hausken, K. d. (1996). *Hegemons, Leaders and Followers: A Game-Theoretic Approach to the Postwar Dynamics of International Political Economy*. MPIFG Discussion Paper.
- Hofstede, H. G. (2001). *Culture Consequences : Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations - Second Edition*. California: Sage Publications.
- Kementrian Keuangan. (2019). *RAPBN 2019*. Retrieved October 1, 2019, from kemenkeu.go.id: <https://www.kemenkeu.go.id/single-page/rapbn-2019/>
- Le, T.-H., Chue, A. T., & Hesary, H. F. (2019). Financial inclusion and its impact on financial efficiency and sustainability: Empirical evidence from Asia. *Borsa Istanbul Review*.

- Lu, N., & Peng, C. (2019). Community-Based Structural Social Capital and Depressive Symptoms of Older Urban Chinese Adults : The Mediating Role Cognitive Social Capital. *Archives of Gerontology and Geriatrics*, 74-80.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. (2014). The economic importance of financial literacy : Theory and evidence. *Journal of economy literacy*, 5-44.
- Maholtra, K. M. (2010). *Marketing Research : An Applied Orientation, 6th Edition*. New Jersey: Georgia Institute of Technology.
- Mindra, R., & M., M. (2017). Financial self-efficacy : a mediator in advancing financial inclusion. Equality, diversity and inclusion. *An International Journal*, 128-149.
- Moarefi, A., & Sweis, R. J. (2018, December). *Publication Sobel test*. Retrieved December 04, 2019, from Researchgate.net: https://www.researchgate.net/publication/329371676_Sobel_test/stats
- OJK. (2014). *Survei Baseline Portfolio Investasi UMKM Rumah Tangga : Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Lembaga Jasa Keuangan*. Jakarta: OJK.
- OJK. (2016). *POJK*. Retrieved Oktober 10, 2019, from ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/regulasi/peraturan-ojk/Documents/Pages/POJK-tentang-Peningkatan-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-di-Sektor-Jasa-Kuangan-Bagi-Konsumen-dan-atau-masyarakat/SAL%20-%20POJK%20Literasi%20dan%20Inkl>
- OJK. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Revisit 2017*.
- OJK. (2017, April 03). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved November 27, 2019, from ojk.go.id: <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-Republik-Indonesia-Nomor-20-Tahun-2008-Tentang-Usaha-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- OJK. (2019, Juni). Statistik Perbankan Indonesia. *Volume 17*.
- Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri Badan Pengkajian dan Pengembangan Kebijakan Perdagangan Kementerian Perdagangan. (2013). Analisis Peran Lembaga Pembiayaan Dalam Pengembangan UMKM.
- Rodrigues, L. F., Oliveira, A., Rodrigues, H., & Costa, C. J. (2019). Assessing Consumer Literacy on Financial Complex Products. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*.
- Sensus UMKM. (2018). *Data Sensus UMKM Kota Tangerang Selatan*. Kota Tangerang Selatan: Dinas Koperasi dan UMKM.
- Soetiono, K. S., & Setiawan, C. (2018). *Literasi dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Depok: Kharisma Putra Utama Offset.
- Wijanto, S. H. (2008). *Structural Equation Model*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- World Bank. (2018). *The Little Data Book on Financial Inclusion*. Washington DC: The World Bank Group.
- Worldbank. (2019). *Open Data*. Retrieved September 8, 2019, from worldbank.org: <https://data.worldbank.org/country/indonesia>
- Yay, M. (2016). The Mediation Analysis With The Sobel Test and The Percentile Bootstrap. *Research World International Conference*.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business Research Method*. South-Western: Cengage Learning.